

国际品牌杂志加速进入亚非地区

商报讯 日本主妇之友社著名女性杂志品牌Ray将在新马地区推出新版本,主要针对18~34岁的高收入女性人群,采用英语出版,预计在新马两地每月发行大约4.5万册。目前,Ray在亚洲地区已经拥有4个不同版本——日本原版、中国大陆版、中国台湾版、泰国版。

无独有偶,英国广播公司(BBC)旗下《孤独星球》(Lonely Planet)杂志通过授权方式推出泰文版。泰文版《孤独星球》已经从9月1日开始发行,预计期发行可达12万册。过去两年,《孤独星

球》在亚太区先后推出了5个不同版本,泰文版是第6个国际版。BBC杂志亚太区版权经理Chun Leong Ong介绍说:“泰文版的推出是个明确的信号,意味着亚洲旅游市场继续快速增长,同时,这也是杂志编辑实力、客户信任度和国际声誉大涨的一个证明。”

亚非地区的目前全球期刊业最活跃的市场。本月9日,南非出版商Media24创办了全新的新闻周刊——Newsnow。该刊主要满足忙碌的南非上班族对国内国际新闻热点的阅读需求,目标人群以公司人、母亲和年轻的专业人士为主。据悉,Newsnow前期主要在南非的大都市圈发行,其后再向其他地区延伸。在推出纸版的同时,也通过电子杂志平台Zinio发行电子版。(晓雪)

美杂志编辑一年挣多少?

■本报记者 李鹏/编译

一年一度的《美国杂志编辑薪酬调查》近日出炉。这份由美国《对开》杂志联合Red 7媒体公司及Readex研究公司所推出的年度调查,每次发布都会吸引国内同行的目光。今年,这项调查的抽样部分从4月21日开始,截至6月6日,共回收479份有效问卷。那么,美国杂志编辑的收入又如何呢?这份日前发布的《2011美国杂志编辑薪酬调查》显示,与去年相比,美国杂志各层级的编辑今年的收入整体呈现增长态势。这显然与美国经济的复苏进程有关。虽然在全球,各个层级的杂志编辑都面临着不断增加的工作职责,以及不断减少的可支配资金。但报告却显示:美国杂志编辑们的收入仍然能对他们的辛勤工作有所安慰。

《2011美国杂志编辑薪酬调查》显示,2011年,美国杂志主编的平均年薪约为8.8万美元,编辑主任及高级编辑的平均年薪约为7.1万美元,编辑的平均年薪约为6万美元。显然,整体来看,杂志各层级编辑之间的收入差距并不大。当然,这种现象与整个杂志行业的发展水平参差不齐有关——毕竟有些大牌杂志的编辑收入要比一些不知名杂志的主编收入还高。

另外,男性编辑与女性编辑的年薪相比,依然要多不少。比如,男性主编2011年的平均收入为9.93万美元,而女性主编的平均年薪为7.76万美元。难怪有人在调查文章的网页上惊呼“可怕的性别鸿沟!”

显然,现在的杂志编辑,正在面临着越来越多的数字化内容编辑任务。根据美国《对开》杂志的统计,大部分参与此项调查的编辑都表示,数字化任务是他们今年工作职责中增加最多的部分。其中一位受访者的看法很有代表性:“现在我不但要负责纸质杂志的内容编辑,还增加了iPad版杂志的内容管理,以及针对杂志网站的内容再编辑”。为了杂志数字产品的健康发展,针对社交媒体网站的杂志内容生产也变成了杂志编辑不得不面对的任务。

工作量的增加,加上逐步稳定的全球经济形势,是杂志编辑的收入之所以能够增加的重要前提。本次调查按地区把美国杂志划分成东、西、南、北4个区域,其中3个区域的调查结果都显示,杂志主编及编辑总监在2011年的收入比2010年有所增加。只有西部地区的杂志主编及编辑总监的收入下降,2011年美国西部地区杂志主编及编辑总监的平均薪水为7.24万美元,低于去年的8.3万美元。

其中一位受访者表示,他们面临的最大挑战之一就是“我们越来越关注杂志的收入,我必须与看衰杂志前景的声音做斗争”。另外一位受访者则认为,杂志出版业面临的最大挑战是,如何找到新的收入增长点来弥补杂志广告逐渐下降所带来的亏空。

大部分的杂志主编都把关注的重点放在维持杂志业的生存,以及如何留住有

2011 美国杂志编辑薪酬调查				
		主编/编辑总监	编辑主任/高级编辑	编辑
杂志类型	B2B 杂志	9.65 万美元	6.73 万美元	5.69 万美元
	消费类杂志	7.96 万美元	7.93 万美元	6.22 万美元
	协会杂志	9.02 万美元	6.69 万美元	6.02 万美元
杂志年收入	小于300 万美元	7.55 万美元	6.39 万美元	5.51 万美元
	300 万美元以上	11.91 万美元	8.4 万美元	6.93 万美元
年龄	40 岁以下	6.82 万美元	5.02 万美元	4.77 万美元
	40 或 40 岁以上	9. 5 万美元	7.73 万美元	6.95 万美元
杂志从业时间	不足 10 年	5.99 万美元	--	4.61 万美元
	10~19 年	7.6 万美元	5.58 万美元	5.65 万美元
性别	20 或 20 年以上	10.17 万美元	7.27 万美元	7.18 万美元
	男性	9.93 万美元	7.47 万美元	6.82 万美元
	女性	7.76 万美元	6.69 万美元	5.27 万美元

才能的人士上。很多主编在工作中的成就感都来自于他们生产的产品。一位受访者表示,“我最满足的时刻,就是手里拿到一件自己完成的作品,快乐的读者以及与之业内的良好关系都让我感到自己存在的价值”。

杂志主编收入普遍增加

整体来看,主编及编辑总监级别的收入在2011年普遍有所提高。但是,性别之间的收入鸿沟依然存在,虽然女性主编和男性主编的收入都在今年有所增长,但是男性主编的收入从2010年的9.69万美元增长到了今年的9.93万美元,而女性主编的收入从2010年的7.42万美元增长到了今年的7.76万美元。在期刊业,女主编和男主编的收入仍然有一定差距。

在美国,纽约的杂志主编收入最高,2011年平均年薪在10万~10.89万美元之间,而2010年的这一数字为9.82万美元。

整体来说,每周在办公室工作的时间越久,杂志主编的收入就越高。那些每周平均工作40小时的人,2011年的平均年薪为6.99万美元,而每周平均工作41~49小时的人,收入为8.89万美元,每周工作50个小时以上的主编,年平均收入为9.82万元。

尽管有这些比较正面的统计数字,但仍有一些受访者认为自己的工作过度劳累,并且对他们的杂志不够满意。一位受访主编指出,“即使我的杂志赚钱能力很强,但是我们公司其他的杂志却不行。我希望经济能够完全的恢复增长,从而使得我们能够得到公平的收入”。

高级编辑面临较大压力

虽然一些杂志高级编辑今年的收入比去年有所提高,但是这种增长并不是普遍现象。值得关注的是,编辑的教育背景对他们收入高低的影响正在加大。2010年,研究生毕业的高级编辑平均年薪为6.94万美元,到了2011年这一数字提高到7.31万美元。

那些单体杂志的杂志高级编辑的年

薪从去年的7.19万美元上涨至今年的7.7万美元。而多个品牌的杂志出版商,其高级编辑的收入却从去年的6.27万美元降低至今年的6.14万美元。

这类编辑正在面临着员工越来越少所带来的压力,他们要承担比以前更多的工作职责。一位受访者称,“我很难完成所有任务,而且每年的任务量都在增长”。除了要负责杂志网站及社交网站上的内容编辑外,很多受访者都表示他们还得负责办会等活动。

编辑们希望纸版杂志的广告能随着经济的增长而增长,虽然他们中的一些人对此并不抱很大的希望。“纸媒是一种正在死去的媒体,可能我的有生之年还不会消失,但是最终媒体世界必定会被互联网所统治”,一位编辑说。

编辑收入保持稳定

与2010年的调查相比,不论是B2B杂志,还是消费类杂志,抑或是协会杂志,编辑2011年的收入与去年相比都保持稳定。

值得关注的是,位于美国纽约的杂志编辑,他们的收入与去年相比有了大幅增长,从去年的7.29万平均年薪增长到今年的8.2万,年薪提高近1万美元。

也有一些数字显示编辑的平均收入正在下降,不过,杂志出版商的收入似乎对各类编辑的收入都没有造成什么影响。那些年收入不足300万美元的杂志,编辑的收入从2010年的5.78万美元降至今年的5.51万美元,而年收入300万美元以上的杂志,编辑的收入同样比去年有所下降:2011年平均年薪为6.93万美元,而去年为7.23万美元。

编辑们发现,如何让自己的小团队做到效率最大化是重要的挑战。一位受访者抱怨,“我要同时负责好几个项目,但是只有一个很小的团队。同时,我们还得要去适应和学习新技术”。

一些人则对内容质量的高低倍感压力。一位编辑担心,他们的内容太过于冗长。一位受访者说,“我面临的主要任务就是如何精简产品”。

收入的性别差异同样在这一群体中存在。女性编辑2011年的平均收入为5.27万美元,而男性为6.82万美元。在2010年,女性编辑的收入为5.58万美元,而男性高级编辑的收入为6.51万美元。

●数据Data

现在,整个传媒界的总体印象是,关于女性的内容基本上都上网了,但是,美国机构MIN最近完成的一项关于杂志网站访问情况的年度调查却否定了这一点。这个名为“数字风暴比分”的专项调查发现,在2010年6月到2011年6月这一段时间,以杂志品牌为主的网站大多都吸引了女性消费者的强烈关注。杂志网站目前发展最快的是SportingNews.com网站,从去年3月开始,其唯一注册用户增长了3倍,一举超过美国在线(AOL)的体育网站。

梅里迪斯旗下杂志MORE的网站More.com的注册用户增长了271%,几乎是其杂志读者量的3倍,其增长的主要动力来自于强化内容建设和网站创新。而视频是网站吸引新用户的关键所在,同时,通过流媒体方式,利用最新设备而完成的创意图片是网站吸引用户的另一重要驱动力。比如,在More.com上,一些关于野生动物活动的珍贵照片极具轰动效应,创意者让斑马穿上意大利设计品牌詹巴迪斯塔·瓦利的鹿皮靴,这样的创意设计注定会有人看。当然,同时,网站也会增加一些关于发现内容的辅助工具,同时支持内网和外网两种搜索目的,只要输入主题,就链接

过去几个月里,发布数字版几乎成为杂志行业最热门的话题,然而,这些数字版本的实际销量到底如何却又是另一回事。包括康泰纳仕、时代公司、赫斯特和玛莎斯图尔特全媒体集团在内的许多出版商,为了能在iPad上销售电子杂志都和苹果公司签订了相关订阅协议,造成的感觉好像是做数字版只能跟苹果一家联手。事实上,目前许多杂志出版商期待着能出现新的商业模式及更有利于媒体发展更多的平板电脑。



杂志出版商期待新商业模式 翘首以盼iPad替代品

■一 鸣

美国市场研究公司Forrester高级分析师Sarah Rotman 认为,iPad的替代品可能会很快出现,“亚马逊一直在努力,希望在平板领域能有所突破,而我们所掌握的相关数据也表明,消费者对iPad以外的平板电脑也有很大需求,只是到目前为止,还没有出现更好的替代品。”

尽管还没有推出能与苹果iPad抗衡的平板电脑,但是,这并不意味着iPad的收入分成和用户信息分享的现有模式不会被打破。2010年底,亚马逊改变了其电子书合作协议,将与出版商之间的分成比例由之前的7:3改为3:7。

不过,有些杂志出版商显然已经接受了苹果公司的分成模式。《花花公子》和《金融时报》都发布了基于Web的应用程序,很像苹果iTunes商店销售的内容软件。但是,由于整个开发过程中没有遵循苹果公司所谓的“游戏规则”,《金融时报》的主要内容程序(如《商务旅行小书》)等仅限于通过iTunes商店销售,不能进入APP Store。《花花公子》的内容则被认为“有伤风化”、不适用于苹果商店销售,出版商只好又开发了另一款HTML格式的程序,通过iPad发布。

订阅规则只是出版商与苹果公司合作的分歧之一,另一方面,数字订阅所取得的实际成果也并非出版商开始预想的那样理想。康泰纳仕公司的数据显示,自今年5月推出iPad版杂志以来,下载量累计达到24.2万册,但是,另一个数据却显示,平均每期iPad版杂志的制作费用在2万~4万美元之间,是一笔不小的投入。

赫斯特集团总裁David Carey今年年初曾预计,平板电脑版本杂志的销售可能会占到杂志发行量的20到30个百分点。但目前看来,这一估计过于乐观。近日,Carey又进一步解释说,年初的判断并没有针对某一明确的时间段,他只用“强大”来评价平板电脑

版杂志的销售状况。不过,据悉,从秋季开始,赫斯特将定期公开发布旗下数字杂志的下载数据。

英国《经济学者》杂志的数字化过程更加令人沮丧。近日发布的数据显示,在北美地区,《经济学者》的订阅量达到了其历史最高峰——84.4387万册,而其数字版订阅量却一直是低速前行。尽管与去年的数据相比,数字版发行高出4倍,但到目前为止,也仅仅只有5245份。

时代公司的数字化发展目标是,要让用户在任何地方都可以下载时代旗下的杂志,目前,时代公司数字杂志主要在巴诺NOOK Color平板电脑、iPad以及Android平台发布。对此,时代公司客户营销与销售部执行副总裁Steve Sachs表示,“所有《时代》杂志的印刷版订户(这个数据大约是几百万)新一周期的续订中都免费增加了平板电脑版。我们与每家大型平板电脑制造商都进行合作,最终由用户来决定选择哪一家。”Sachs透露,时代公司数字版杂志和其他应用程序目前的下载量总计为1100万。

巴诺书店一直在平板电脑领域发力,NOOK Color通过不断更新,与iPad相比已经很具有竞争性,更重要的是,NOOK Color具备上网功能、电子邮件访问端口,同时提供“100种顶尖杂志零售”服务。巴诺已经看到了在数字化投入上的回报,正如公司财务报表显示的那样,今年1季度,数字化销售已经增长了37%,达到1.98亿美元。同样,巴诺的电子阅读器NOOK也表现出了同样强劲的增长。

分析师Rotman还透露,今年秋天,亚马逊很有可能推出平板电脑。不久的将来,iPad将不再是出版商发展数字化的唯一路径。同时,更便宜的平板电脑也将出现,用户在数字领域的阅读量会持续增长,以赫斯特为代表的出版商们将会看到20%~30%的发行量增长。

杂志网站如何网聚人气

■本报记者 晓雪

到More.com网站,同时也会链接到其他网站,反之亦然。

不过,需要说明的是,这些杂志网站之所以能取得3位数的增长,前提也是因为用户基数较低。OK杂志的网站注册用户今年增加了172%,直追两大名人网站People.com和USMagazine.com。该网站成功的因素之一是编辑发动的“关于趋势的写作”活动,当然,今年注册用户大涨,也与网站发布了关于加拿大16岁人气偶像贾斯汀·比伯和其

女友赛琳娜·戈麦斯在夏威夷Maui岛的一组度假照片有很大关系。

AllYou杂志网站的受欢迎度仅次于印刷版杂志,该刊主要在沃尔玛超市售卖,因此网站会重点关注打折、优惠、优惠券发放等信息。近日,All You杂志年内第3次提高了发行基数,目前是150万份。同时,网站的用户也实现了同样的增长,从2010年6月到今年6月的1年间,注册用户增长了173%。

2010年6月-2011年6月间单独访问用户量排名前10的杂志网站							
站名/母公司	网址	2011.6 PV	2010.6 PV	增幅%	2011.6 UV	2010.6 UV	增幅%
Sporting News	sportingnews.com	53,750,375	14,742,670	264.59	11,504,173	2,364,048	386.63
More/梅里迪斯	more.com	7,681,050	4,766,300	61.15	1,293,752	348,286	271.46
Self/康泰纳仕	self.com	22,169,934	9,192,971	141.16	2,884,782	844,101	241.76
All You/时代公司	allyou.com	17,677,213	10,438,353	69.35	1,844,828	674,777	173.40
OK!	okmagazine.com	12,236,517	7,828,287	56.31	3,236,517	1,186,739	172.72
Vogue/康泰纳仕	vogue.com	42,688,687	6,289,127	578.77	1,237,353	545,370	126.88
Popular Photography/邦尼尔	popphoto.com	3,449,644	1,664,867	107.20	514,556	256,244	100.81
Saveur/邦尼尔	saveur.com	3,304,527	1,838,537	79.74	530,428	265,905	99.48
Redbook/赫斯特	redbookmag.com	22,361,044	10,471,382	113.54	1,729,757	873,633	98.00
Esquire/赫斯特	esquire.com	30,665,743	15,617,914	96.35	2,764,692	1,485,241	86.14

(说明:PV指网页面访问量,UV指网站独立访问量。)

哪些杂志从APP Store赚到了钱

■本报记者 晓雪

既然在苹果商店APP Store通过订阅付费获得内容的模式已经被苹果公司和他们的大多数合作伙伴接受,那么谁从中已经赚到了钱呢?

内容收费,这看起来好像是一种全新的商业模式。然而,实际上,回顾今年1月iPad在苹果商店iTunes的畅销应用排行,我们会发现,排名最靠前的出版物《人物》杂志,也仅排在第34位。之后,苹果公司与出版商达成订阅协议,经过几个月的努力后,再看iTunes的下载排行情况,我们会发现,以发行数字版杂志的专业平台Zinio公司不仅排行最靠前,其实际收入排行也进入了前三序列,仅次于苹果公司自己开发的文字处理软件Pages和游戏《蓝精灵的村庄》(Smurfs Village)。“我们的目标是超越《愤怒的小鸟》,这是我们正在做的”,Zinio公司全球执行副总裁、首席市场官Jeanniey Mullen表示。在Zinio的应用软件中最畅销的电子杂志会因为发行周期的不同而变化,但是,不论如何变化,卖得最好的杂志始终包括了《National Geographic》(《国家地理》)、《Outdoor Photographer》、《Macworld》和《Maxim》。不仅在美国,在其他

一些国家,Zinio也是最畅销的传媒类应用软件。

从APP Store的排行来看,单本销售是成功的关键。Zinio取得的成绩与其提升服务有很大关系,Zinio对iPad上发行的应用软件做了一定的升级,大大改善了杂志销售的端口,新的Zinio2.0版软件主要采用的方式是将零售类杂志的内容抽样集中呈现。Mullen表示,这一应用的高排名反映了新版本的普及,“不过,现在的2.0版只是一个开始,其后还将推出2.1版本,未来几个月还将持续改进。”

除此之外,在传媒类应用软件排名上,《人物》、《纽约客》、《奥普拉杂志》都进入了畅销榜单。

不同的时间段,应用程序的下载情况有明显的变化,特别是在杂志行业,单个期刊的排名上升或下降总是相对于新一期杂志的发行周期来说。但是,整体来看,尽管有变化,订阅模式显然更适合期刊产业,现在期刊出版商开发的应用程序在苹果畅销应用排行榜的位置应该要比订阅政策调整之前提前了很多。不过,在APP Store上,大多数媒体人都在做同一件事情,那就是挑战《愤怒的小鸟》,因为这款应用是很多开发者的“终极目标”。